

**ANALISIS PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING*, GAYA HIDUP, DAN
KELOMPOK REFERENSI TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM
MEMILIH *BARBERSHOP* DI KOTA PADANG
(Survei Pada Konsumen *Ethic Barbershop*)**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar Sarjana Pada Program
Studi S1 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Andalas**



Pembimbing: Dian Rani Yolanda, SE, M.Bus

Diajukan Oleh:

MUHAMMAD HAEKAL

1310526014

**PROGRAM STUDI S1 JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
JANUARI 2017**



No. Alumni Universitas :	MUHAMMAD HAEKAL	No. AlumniFakultas:
a). Tempat/tgl lahir: Padang/ 9 Juni 1992, b). Nama Orang Tua: Imwarizal,NazritaNazar c). Fakultas: Ekonomi, d). Jurusan: Manajemen, e). No. BP: 1310526014, f). Tanggal Lulus: 4 Januari 2017, g). IPK : 3,05 h). Predikat lulus: Sangat Memuaskan, i). Lama Studi: 3 Tahun5Bulan, j). Alamat Orang Tua: Jl. Pepaya No. 426 RT 003 RW 007 HO IV Kel. Indarung, Kec. LubukKilangan, Padang.		

ANALISIS PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING, GAYA HIDUP, DAN KELOMPOK REFERENSI KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMILIH BARBERSHOP DI KOTA PADANG
(SURVEI PADA KONSUMEN ETHIC BARBERSHOP)

Skripsi oleh: Muhammad Haekal

Pembimbing: Dian Rani Yolanda, SE, M.Bus

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *social media marketing*, gaya hidup dan kelompok referensi terhadap keputusan konsumen dalam memilih *barbershop* di Kota Padang. Jenis penelitian ini adalah *explanatory*. Sampel pada penelitian ini adalah konsumen *Ethic Barbershop* Padang yang sedang berada di *Ethic Barbershop* walaupun baru pertama kali menggunakan jasa *Ethic Barbershop* yang dipilih berdasarkan metode pengambilan sampel *nonprobability sampling*. Jumlah sampel pada penelitian ini adalah 165 responden. Pengolahan data penelitian dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS 20.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *social media marketing*, gaya hidup dan kelompok referensi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen dalam memilih *barbershop*. Kelompok referensi menjadi faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih *barbershop*.

Kata kunci : perilaku konsumen, social media marketing, gaya hidup, kelompok referensi dan keputusan memilih.

Skripsi ini telah dipertahankan di depan seminar hasil skripsi dan dinyatakan lulus pada tanggal **4 Januari 2017**.

Abstrak telah disetujui oleh :

Tanda Tangan			
Nama Terang	Dian Rani Yolanda, SE, M. Bus	Dr. Verinita, SE, M. Si	Dr. Eri Besra, SE, MM

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

Dr. Verinita, SE, M. Si
NIP. 197208262003122004

Tanda Tangan

	Petugas Fakultas/ Universitas	
No. Alumni Fakultas	Nama:	Tanda Tangan:
No. Alumni Universitas	Nama:	Tanda Tangan: